

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА

для студентів:

галузі знань: 06 Журналістика

спеціальності: 061 Журналістика

освітньої програми: Журналістика

2017– 2018 н. р.



Робоча програма дисципліни: «Агенційна журналістика» для студентів освітнього рівня бакалавр, галузі знань 06 журналістика, за спеціальністю 061 журналістика, освітньої програми «Журналістика», 2018 р. – 34 с.

Укладачі: *Литвиненко Володимир Вікторович*, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Гридчина Вікторія Віталіївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол № 5 від “ 9 ” січня _____ 2018 року.

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа _____ (Нестеряк Ю.В.)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора
Інституту журналістики
з навчальної роботи

_____ (Росінська О.А.)

© Університет Грінченка, 2018

© Литвиненко В.В., Гридчина В.В., 2018

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
III. ПРОГРАМА.....	9
IV. НАВЧАЛЬНО–МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА».....	13
V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	14
VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	21
VII. МОДУЛЬНІ КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ.....	23
VIII. КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА.....	24
IX. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ.....	26
X. ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ.....	27
XI. МЕТОДИ НАВЧАННЯ.....	299
XII. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ.....	299
XIII. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ НА ІСПИТ.....	30
XIV. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА.....	33

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Агенційна журналістика» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою журналістики та нових медіа на основі освітньо–професійної програми підготовки бакалаврів відповідно до навчального плану для цієї спеціальності денної форми навчання.

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами кредитно–модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо–кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Агенційна журналістика», необхідне методичне забезпечення, складові й критерії оцінювання навчальних досягнень студентів.

В ході курсу студенти знайомляться з сучасними технічними технологіями на прикладі розвитку новинної журналістики як найбільш гнучкої до технічних новинок у галузі.

Метою навчальної дисципліни «Агенційна журналістика» є ознайомлення з інформаційно-технологічними засадами розвитку й діяльності інформаційних агентств, їх досвідом, місцем і роллю у вітчизняному та світовому інформаційному просторі, вироблення навичок роботи з новинними матеріалами, засвоєння найважливіших вимог до написання повідомлень інформаційних агентств, ознайомлення із жанровим потенціалом новинної журналістики.

Завдання курсу:

- ознайомити студентів з основними етапами становлення і розвитку інформаційних агентств, їх роллю і місцем у процесах глобалізації;
- надати базові відомості про жанри новинної журналістики;
- з'ясувати особливості роботи журналіста для інформаційного агентства;
- навчити опрацьовувати новинні масиви;
- навчити редагувати матеріали інформаційних агентств, адаптуючи їх до потреб потенційної аудиторії;
- забезпечити засвоєння студентами принципів побудови повідомлень світових та вітчизняних інформаційних агентств.

Вимоги до знань та вмінь.

Студент має бути компетентним у:

- основних етапах становлення та розвитку світових і вітчизняних інформаційних агентств, лідерів сучасного інформаційного ринку;
- особливостях новинної журналістики, принципах та критеріях відбору новин;
- структурі повідомлення інформаційного агентства: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, ліді, субліді, джерелах інформації, бекграунді;

- характеристиках жанрів та жанровій системі, яка використовується вітчизняними і світовими інформаційними агентствами;
- принципах редагування матеріалів інформаційних агентств;
- техніці написання повідомлення для інформаційного агентства та підготовки різножанрових матеріалів.

Студент повинен мати компетентності:

- застосувати на практиці свої знання, отримані в курсі;
- шукати та відбирати новини для інформаційних агентств;
- збирати необхідну для написання матеріалів інформацію;
- вмотивовано користуватися різними джерелами інформації;
- визначити жанр майбутнього матеріалу для інформаційного агентства;
- сформувати його структуру, включивши всі обов'язкові елементи;
- вміти писати повідомлення для інформаційних агентств та готувати матеріали в інших жанрах;
- володіти основами редагування матеріалів інформаційних агентств;
- вміти адаптувати повідомлення інформаційного агентства до потреб аудиторії, співвідносячи його з інтересами потенційних споживачів інформації.

Місце дисципліни у структурно-логічній схемі підготовки фахівців спеціальності 061 журналістика дисципліна «Агенційна журналістика» посідає важливе місце, оскільки є предметом циклу професійної та практичної підготовки студента та орієнтована, в першу чергу, на напрацювання спеціальних навичок у студента-журналіста.

Міжпредметні зв'язки.

Дисципліна «Агенційна журналістика» є логічним продовженням професійної підготовки студентів-журналістів. Для засвоєння курсу студенти повинні мати ґрунтовні знання та навички, отримані після прослуховування курсу «Вступ до спеціальності».

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 180 год., із них 14 год. – лекції, 56 год. – лабораторні заняття, 68 год. – самостійна робота, 12 год. – модульного контролю, семестровий контроль – 30 год.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Агенційна журналістика» завершується підсумковим контролем – іспитом.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: інформаційні технології, новина, жанр

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо–кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>6 кредити</i> Змістові модулі: <i>6 модулів</i> Загальний обсяг дисципліни (години): <i>180 годин</i> Тижневих годин: <i>6 години</i>	Спеціальність: 061 журналістика Освітня програма: «Журналістика» Освітній рівень перший (бакалаврський)	Нормативна Рік підготовки: <i>1</i> Семестр: <i>2</i> Аудиторні заняття: <i>70 годин</i> , з них: Лекції (теоретична підготовка): <i>14 годин</i> Практичні заняття: <i>56 годин</i> Модульні контрольні роботи: <i>12 годин</i> Самостійна робота: <i>68 години</i> Вид контролю: <i>іспит – 30 годин</i>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назва заняття	Кількість годин					
		Разом	Лекції	лабораторні	Модульний контроль	Самостій. робота	Семестровий контроль
Змістовий модуль 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації							
1.	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства	2	2				
2.	Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства	8	2	2		4	
3.	Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті	8	2	2		4	
4.	Регіональні об'єднання інформаційних агентств	8	2	2		4	
5.	Модульна контрольна робота № 1	2			2		
Разом:		28	8	6	2	12	
Змістовий модуль 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики							
6.	Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	10	2	4		4	
7.	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств	10	2	4		4	
8.	Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	10	2	4		4	
9.	Модульна контрольна робота № 2	2			2		
Разом:		32	6	12	2	12	
Змістовий модуль 3. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку							
10.	Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні	8		4		4	
11.	Способи вираження позиції інформаційними агентствами	8		4		4	
12.	Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	8		4		4	
13.	Модульна контрольна робота № 3	2			2		
Разом:		26		12	2	12	
Змістовий модуль 4. Організація роботи редакції новинної агенції							
14.	Організація і структура роботи інформаційних агентств	10		4		6	
15.	Розробка концепції студентського видання	10		4		6	
16.	Композиційні особливості написання матеріалів для власної	10		4		6	

	інформаційної агенції						
17.	Модульна контрольна робота № 4	2			2		
Разом:		32		12	2	18	
Змістовий модуль 5. Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями							
18.	Створення матеріалів для інформаційних агенцій	28		14		14	
19.	Модульна контрольна робота № 5	2			2		
Разом:		30		14	2	14	
Змістовий модуль 6. Агенційна журналістика. Підсумки							
	Підготовка до семестрового контролю	30					30
	Модульна контрольна робота № 6	2			2		
Разом:		32			2		30
Разом за курс:		180	14	56	12	68	30

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Лекція 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (2 год.)

Поняття про інформаційне суспільство як суспільство індустрії образів і знань. П'ять інформаційних революцій суспільства. Розробка та широке використання інтелектуальних технологій подання (презентації) знань і фактів; роботизація новинних потоків і первинної аналітичної обробки; віртуалізація виробничих циклів видання. Відмова від односпрямованих способів комунікації на користь інтерактивних, що ведуть до виконання журналістом функції навігатора в інформаційному просторі.

Лекція 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства. (2 год.)

Передумови виникнення інформаційних агентств. Агентства преси, світові інформаційні служби, телеграфні агентства. Гавас (Havas), Вольф (Wolf), Рейтер (Reuters), Асошіейтед Прес (Associated Press). Юнайтед прес (United Press - UP). Франс-Пресс (Agence France-Presse, AFP). Створення національних інформаційних агентств. Телеграфні агентства та агентства преси Радянського Союзу. Угода 1970 року про розподіл зон впливу між світовими інформаційними агентствами. Сінхуа. Bloomberg. Tomson-Reuters. Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press. Світові, регіональні та національні інформаційні агентства. Форми власності інформаційних агентств.

Лекція 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті. (2 год.)

Зародження інформаційних агентств на території нинішньої України. Російське телеграфне агентство (РТА), Міжнародне телеграфне агентство (МТА), Північне телеграфне агентство (ПТА). Санкт-Петербурзьке Телеграфне Агентство (СПТА). Специфіка перших українських інформаційних агентств: Перше українське пресове бюро (1907), Українській Інформаційний Комітет (1912), Союз визволення України (СВУ) (1914), Пресова Квартира Українських Січових Стрільців (1914). Інформаційна діяльність уряду УНР, ЗУНР, гетьманату Павла Скоропадського, директорії УНР, Радянської України. Інформаційне агентство Укрінформ та його попередники. Міжнародна діяльність Укрінформу, його участь у світових інформаційних об'єднаннях.

Лекція 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (2 год.)

Державні та корпоративні інформаційні агентства. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Європейський альянс інформаційних агентств EANA. Місце інформаційних агентств у

медіаполітиці Європейського Союзу.

Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіодо Цусін.

Об'єднання інформаційних агентств: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Пан-Африканське інформаційне агентство PANA (PANAPRESS), Федерація арабських інформаційних агентств (FANA), Альянс середземноморських інформаційних агенцій (AMAN), Асоціація Балканських інформаційних агентств та Південно-Східної Європи (ABNA), Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств (ПАНІА), Союз латиноамериканських інформаційних агенцій (ULAN).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ІНФОРМАЦІЙНО-ТВОРЧІ ОСОБЛИВОСТІ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Лекція 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (2 год.)

Правила цитування. Вживання цитат як підвищення довіри до журналістського матеріалу. Цитата, як непряме вираження власної думки. Робота з джерелами інформації. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела. Особливості використання неідентифікованих джерел. Офіційні й неофіційні джерела. Зовнішні і внутрішні джерела. Соціальні мережі як джерело інформації. Способи перевірки інформації за допомогою сучасних технологій.

Лекція 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (2 год.)

Структура інформаційного повідомлення. Заголовок, лід, сублід, основна частина, бекграунд (складові повідомлення інформаційного агентства: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, лід, сублід, джерела інформації, бекграунд). Правило перевернутої піраміди. Правила написання ліду.

Лекція 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (2 год.)

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш, факт, повідомлення, розширене повідомлення, замітка, репортаж, інтерв'ю. Аналітичні жанри. Особливості використання жанрів інформаційними агентствами. Збагачення палітри жанрів інформаційними агентствами: жанр статистичної інформації. Видозміна жанру портрета: портрет-довідка, бліц-портрет. Фінансово-статистичні жанри інформації. Застосування штучного інтелекту для написання фінансових новин.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНЦІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАРИНКУ (12 год. лаб. занять)

У цьому модулі студенти знайомляться з особливостями роботи інформаційної журналістики в умовах українського медіа-простору. Опрацьовують законодавчі акти, що регулюють діяльність інформаційних агентств. Вивчають способи вираження позиції інформаційними агентствами та способи роботи з джерелами інформації та їх верифікацією.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4.
ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕДАКЦІЇ НОВИННОЇ АГЕНЦІЇ
(12 год. лаб. занять)**

У цьому модулі студенти знайомляться з організацією роботи редакції та її структурою. Під час занять створюють власні редакції і розробляють концепцію щотижневого інформаційного видання. Завдання цього змістового модулю виконуються протягом семестру.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5.
ВИРОБНИЦТВО НОВИННОГО КОНТЕНТУ
ІНФОРМАЦІЙНИМИ АГЕНЦІЯМИ (14 год. лаб. занять)**

Студенти створюють щотижневий випуск інформаційних видань, формуючи матеріали у жанровій палітрі новинної журналістики. Завдання цього змістового модулю виконуються протягом семестру.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6.
АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА. ПІДСУМКИ (30 год. сам. роботи)**

Цей модуль повністю винесено на самостійне опрацювання. Під час виконання самостійної роботи студенти готуються до підсумкового контролю.

IV. НАВЧАЛЬНО–МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА»

Разом: 180 год., з них лекційних – 14 год., практичні заняття – 56 год., модульний контроль – 12 год., самостійна робота – 68 год., семестровий контроль – 30 год.,

Тиждень	I	II	II-III	III	IV	V
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II		
Назва модуля	Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації			Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики		
Кількість балів за модуль	77 балів			109 балів		
Лекції	1, 2	3	4	5	6	7
Дати						
Теми лекцій	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (1 б.) Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (1 б.)	Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (1 б.)	Регіональні об'єднання інформаційних агентств (1 б.)	Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (1 б.)	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (1 б.)	Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (1 б.)
Теми практичних занять	Сучасний стан розвитку інформаційних агентств 10 + 1 б.	Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств 10 + 1 б.	Регіональні об'єднання інформаційних агентств 10+1 б	Особливості журналістики новин 20+2б.	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств 20+2б.	Жанри матеріалів інформаційних агентств 20+2б.
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		
Тиждень	VI	VI-VII	VII	VIII	VIII -IX	IX
Модулі	Змістовий модуль III			Змістовий модуль IV		
Назва модуля	Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку			Організація роботи редакцій новинної агенції		
Кількість балів за модуль	106 балів			106 балів		
Теми практичних занять	Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні 20+2 б.	Способи вираження позиції інформаційними агентствами 20+2 б.	Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Факчекінг 20+2 б.	Організація і структура роботи інформаційних агентств 20+2 б.	Створення концепції студентського видання 20+2 б.	Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції 20+2 б.
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)			Модульна контрольна робота 4 (25 балів)		
Тиждень	X	X-XI	XI-XII	XII-XIII	XIV	XV
Модулі	Змістовий модуль V			Змістовий модуль VI		
Назва модуля	Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями			Агенційна журналістика. Підсумки		
Кількість балів за модуль	117 балів			25 балів		
Теми практичних занять	Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій 20+2б.	Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій 20+2б.	Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій 30+3б.			
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)	Табл. 6. 1 (5 балів)			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 5 (25 балів)			Модульна контрольна робота 6 (25 балів)		
Підсумковий контроль	Іспит					

V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I

Розвиток технологій новинної журналістики

Практичне заняття 1.

Сучасний стан розвитку інформаційних агентств (2 год).

Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press, Xinhua. Регіональні та національні інформаційні агентства. Форми власності інформаційних агентств. Конвергенція у діяльності сучасних агентств новин.

Опис заняття:

Проаналізувати стрічки провідних світових та українських інформаційних агентств (національних та місцевих) за 1 день. Зробити висновок про особливості подачі інформаційних матеріалів у різних типах агенцій.

Робота в малих групах

Обговорити і запропонувати перелік тем, спрямованих на формування позитивного іміджу України.

Література: [1, 3, 8, 9.]

Практичне заняття 2.

Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств (2 год.)

Порівняльна характеристика світових та українських інформаційних агентств.

Опис заняття:

Студенти отримують комплект роздрукованих повідомлень зі стрічок інформаційних агентств. На основі їх аналізу, роблять висновок про спільне й відмінне отриманих повідомлень, про їх зміст та структуру.

Визначені студентами спільні й відмінні риси виписуються на дошку або на папір.

Після закінчення студентами аналізу викладач узагальнює почуте й робить висновок про спільні риси повідомлень інформаційних агентств.

Література: [1, 3, 12, 19, 23]

Практичне заняття 3.

Регіональні об'єднання інформаційних агентств (2 год.)

Державні та корпоративні інформаційні агентства. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Європейський альянс інформаційних агентств EANA. Місце інформаційних агентств у

медіаполітиці Європейського Союзу.

Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіодо Цусін.

Об'єднання інформаційних агентств: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Пан-Африканське інформаційне агентство PANA (PANAPRESS), Федерація арабських інформаційних агентств (FANA), Альянс середземноморських інформаційних агенцій (AMAN), Асоціація Балканських інформаційних агентств та Південно-Східної Європи (ABNA), Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств (ПАНІА), Союз латиноамериканських інформаційних агенцій (ULAN).

Опис заняття:

Робота в малих групах.

Студенти аналізують роздані викладачем зразки повідомлень національних та регіональних інформаційних агентств та намагаються визначити якому інформаційному агентству (якої країни) вони належать.

Література [1,3, 12-24,28-30, 34]

Змістовий модуль II

Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики

Практичні заняття 4-5. Особливості журналістики новин (4 год).

Особливості створення матеріалу для новинної журналістики.

Опис заняття 4:

Отримавши зразки повідомлень інформаційних агентств, студенти аналізують їх структуру, відповідність правилу «перевернутої піраміди», правилу «наближення інтересів» тощо.

Із запропонованого газетного матеріалу студент створює інформаційне повідомлення для ІА.

Література [1, 2, 3, 6, 8, 9,10]

Опис заняття 5:

Прослухавши запис прес-конференції чи промови публічних осіб українського істеблішменту студенти, застосовуючи правила цитування, пишуть інформаційні матеріали, виокремлюючи пряму і непряму мову.

Література [1, 2, 3, 6, 8, 9,10]

Практичні заняття 6-7. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (4 години).

Структура інформаційного повідомлення. Заголовок, дейтлайн, слаглайн, трешлайн, лід/ інтро, сублід, основна частина, бекграунд. Правило перевернутої піраміди. Правила написання ліду.

Опис заняття 6:

Студенти отримують газетні замітки з яких вони повинні переписати новину за структурою, що притаманна для інформаційних агенцій. Особлива увага звертається на створення ліду, як ключового складника повідомлення. Правила написання ліду:

- Нова інформація;
- 30-35 слів;
- Перше речення – прямий порядок слів (ХТО/ЩО, ЩО ЗРОБИВ, КОЛИ, ДЕ?);
- Перше речення – не більше 25 слів;
- Не дублює інформацію хедлайну;
- Містить посилання на джерело;
- Подає коротку пряму чи непряму цитату, яка може бути розширена у субліді;
- Не переобтяжений деталями

Опис заняття 7:

Робота в малих групах.

Студенти моделюють роботу інформаційного агентства, яке використовує у своїй роботі матеріали громадської журналістики.

Крок перший

Проводиться опитування студентів, викладачів, відвідувачів Інституту журналістики: які новини ви знаєте? Що нового відбулося в Інституті або довкола нього? Свідком якої події вам довелося бути?

Крок другий

Обговорення зібраної інформації, відбір новин, які можуть бути розміщені на стрічці агентства.

Крок третій

Обговорення можливих способів перевірки інформації, уточнення деталей, підбір джерел інформації до тем.

Література [1, 2, 3, 6, 8, 9,10]

Практичні заняття 8-9. Жанри матеріалів інформаційних агентств (6 год.)

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш/ алерт/ блискавка, факт, повідомлення, розширене повідомлення, замітка, репортаж, інтерв'ю. Аналітичні жанри. Особливості використання жанрів інформаційними агентствами. Збагачення палітри жанрів інформаційними агентствами: жанр статистичної інформації. Видозміна жанру портрета: портрет-довідка, бліц-портрет.

Опис заняття 8:

За поданою інформацією (можливий матеріал друкованого ЗМІ, підібраний викладачем) студенти пишуть флеш та факт (найкоротші жанри новинної журналістики).

Опис заняття 9:

За поданою інформацією (кейсом) студенти повинні написати розширене повідомлення, замітку, анонс. Поетапна робота обговорюється в малих групах та підсумовується викладачем.

Література [1,2,3,8,10]

Змістовий модуль III**Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку****Практичні заняття 10-11. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (4 год.)****Опис заняття 10:**

Законодавча база діяльності інформаційних агентств України. Закони України «Про інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про підприємництво». Засади реєстрації інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної та підприємницької діяльності. Законодавчий статус інформаційних агентств.

Студенти опрацьовують основні засади Закону «Про інформаційні агентства»

Опис заняття 11:

Робота в малих групах.

Група ділиться на парну кількість підгруп. Одні з них – готують заяву на адресу реєструючого органу про реєстрацію інформаційного агентства, а інші – моделюють роботу реєструючого органу.

Роль реєструючого органу можуть виконувати студенти іншої групи. Завдання однієї групи – подати заяву, а іншої – знайти недоліки у заповненні заяви і не прийняти її.

Література [1, 4, 10, 25-27]

Практичні заняття 12-13. Способи вираження позиції інформаційними агентствами (4 год.)

Стилістичний спосіб, композиційний спосіб. Емоційно-експресивна й оціночна лексика як спосіб вираження позиції інформаційними агентствами.

Опис заняття 12:*Робота у малих групах.*

На основі запропонованого ситуативного завдання (кейсу) студенти готують інформацію з позитивним та негативним забарвленням, використовуючи різні способи вираження позиції інформаційними агентствами.

Опис заняття 13:

Знайомство з настановами для журналістів від агенцій: Стайлбук УКРІНФОРМУ, Reuters Handbook of Journalism, AP Stylebook.

Пошук кумедних випадків у стрічках новин агенцій.

Література [1,10,12]

Практичні заняття 14-15. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Факчекінг. (4 год.)

Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела. Особливості використання неідентифікованих джерел. Офіційні й неофіційні джерела. Зовнішні і внутрішні джерела. Соціальні мережі як джерело інформації. Сучасні технології перевірки інформації.

Опис заняття 14:*Робота в малих групах.*

Студенти отримують по 2 конверти, в одному з яких – прізвище та ім'я особи, а в іншому – тема.

Після одговорення, студенти мають написати перелік тем, до яких особа може бути експертом, а також перелік осіб, які можуть бути джерелами інформації до запропонованої теми.

Викладач може запропонувати студентам проаналізувати газетний матеріал та спробувати визначити якими джерелами інформації користувався журналіст та яких джерел йому не вистачило, які джерела можна було б залучити для удосконалення публікації.

Опис заняття 15: Основи фактчекінгу

Основні принципи перевірки. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Перевірка зображень. Перевірка відео. Перевірка новинних подій і надзвичайних ситуацій за допомогою краудсорсінгу. Використання комп'ютерних програм для верифікації контенту, отриманого від користувачів. Інструменти перевірки.

Використовуючи правила верифікації, студенти повинні зробити аналіз інформації, що стосується української тематики, поданої одним із російських інформаційних ресурсів.

Література [1,2,8,10, 11]

Змістовий модуль IV

Організація роботи редакції новинної агенції

Практичні заняття 16-17. Організація і структура роботи інформаційних агентств (4 год.)

Порівняльна структура світових та українських інформаційних агентств. Інформаційні продукти та послуги. Економічні моделі діяльності інформаційних агентств: моделі платного та вільного доступу до інформації, комбіновані моделі. Універсализація та спеціалізація діяльності агентств новин.

Опис занять 16-17:

Робота в малих групах.

Кожна група створює інформаційне агентство, або обирає із вже існуючих.

Визначає структуру інформаційного агентства та призначає керівників агентства, відповідальних за роботу відділів.

Кожна робоча група отримує перелік тем зі стрічок українських інформаційних агентств. Кожен відділ має відібрати 3-5 тем, які агентство планує висвітлювати, аргументуючи при цьому свій вибір.

Потрібно враховувати спрямованість інформаційного агентства та інтереси аудиторії.

Література [1, 2, 3, 12, 19, 21, 22, 23]

Практичні заняття 18-19. Створення концепції студентського видання (4 год.)

Опис занять 18-19:

Робота в малих групах

Студенти створюють концепцію свої видань спираючись на такі критерії:

- Назва видання.
- Опис мети і завдань видання.
- Опис аудиторії видання.
- Опис засобів і методів (організаційних, редакційних, дизайнерських, інформаційних, жанрових та ін.), за допомогою яких ці завдання будуть вирішуватися.
- Короткий тематичний рубрикатор (з поясненнями, навіщо потрібна кожна рубрика, про що вона, як саме подається).
- Технічні характеристики видання: формат; обкладинка і блок; обсяг (кількість сторінок); періодичність;

У кінці заняття студенти роблять презентацію концепції для аудиторії.

Література [1, 3, 5, 12]

Практичні заняття 20-21. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (4 год.)

Опис заняття 20:

Обговорення та написання інтерв'ю. Відбувається поетапна підготовка до інтерв'ю, обговорюється в малих групах. З групи обирається одна особа, яка стає респондентом. На прикладі створеного на парі інтерв'ю, студенти створюють матеріал у цьому жанрі для власного видання.

Опис заняття 21:

Обговорення та написання рецензії. На прикладі переглянутого напередодні художнього фільму, відбувається обговорення та підготовка до написання матеріалу. Три правила написання кінорецензії:

- По-перше, крім очевидного — що хотів сказати автор, критик повинен збагнути і пояснити читачу, яке значення фільм має для глядача і для кіно загалом.
- По-друге, пишучи рецензію, бажано не вживати займенника «я», не переказувати сюжету й не вдаватися до спойлерів.
- По-третє, критик має бути незаангажованим. Перед переглядом фільму ліпше нічого не читати про нього, адже автор рецензії має побачити в стрічці щось таке, чого до нього не помітив ніхто.

Крім того будь-яка рецензія повинна бути «живою». А «живим» матеріал роблять люди і їхні відчуття.

Література [1,2,3,8,10]

Змістовий модуль V

Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями

Практичні заняття 22-28. Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій (14 год.)

Опис занять 22-28:

На практичних заняттях відбувається відпрацювання навичок написання журналістських матеріалів у жанровій палітрі новинної журналістики. З написаних матеріалів формуються щотижневі випуски інформаційних видань кожної мікрогрупи.

Раз на тиждень студенти представляють свої випуски в аудиторії та у створений для цього групі в одній із соціальних мереж..

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації

Тема 1-2. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (4 год.)

Проаналізувати як одна й та ж інформація подається у різних агенціях України і світу. Переглянути стрічки новин інформаційних агенцій.

Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (4 год.)

Студенти переглядають трансляцію прес-конференцій, які проводяться в УКРІНФОРМІ або ж переглядають засідання Уряду на каналі Youtube. Як результат – підготовка якомога більшої кількості новинних фактів з однієї події.

Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (4 год.)

Зробити перелік національних агентств Європи, Азії, Африки, Америки (на вибір)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики

Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (4 год.)

Написати 2 повідомлення на студентську тематику.

Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (4 год.)

Переглянути стрічку новин 4 світових агенцій за один день та визначити специфіку структури їхніх повідомлень.

Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (4 год.)

Написати замітку, анонс, інтерв'ю, бліц-портрет до студентського видання.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку

Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агенств в Україні (4 год).

Опрацювати українське законодавство, яке регулює діяльність інформаційних агенств. Заповнити реєстраційну картку ІА.

Тема 9. Способи вираження позиції інформаційними агенствами (4 год.)

Опрацювати на вибір Reuters Handbook of Journalism або AP Stylebook

Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агенств. Фактчекінг. (4 год.)

Скласти покажчик прямих і непрямих джерел інформації до запропонованої викладачем теми. Ознайомитися з відкритими базами даних.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV.

Організація роботи редакції новинної агенції

Тема 11. Організація і структура роботи інформаційних агенств (6 год.)

Україна на сторінках світових та національних інформаційних агенств. Написати огляд новин про Україну, використавши стрічки світових та національних інформаційних агенств.

Тема 12. Розробка концепції студентського видання (6 год.)

Створити презентацію концепції власного видання для оприлюднення перед аудиторією (робота в малих групах).

Тема 13. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (6 год.)

Сходити на виставу (виставку, фільм, ресторан, концерт) для подальшого написання рецензії чи інтерв'ю.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V.

Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями

Тема 14. Організація роботи редакції ІА (14 год.)

Написання та верстка матеріалів для власних щотижневих видань. Завдання цього змістового модулю виконуються протягом семестру.

VII МОДУЛЬНІ КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ

Модульна контрольна робота №1

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді написання інформаційного огляду матеріалів різних інформаційних агенцій про резонансну подію (2 год.).

Модульна контрольна робота №2

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації однієї з українських регіональних інформаційних агенцій, що виконана за запропонованою схемою (2 год.).

Студенти за поданою схемою роблять презентацію діяльності інформаційної агенції (вибір агентства відбувається за жеребкуванням).

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Prezzi)

СХЕМА ОПИСУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГЕНЦІЇ

1. Логотип
2. Назва агенції
3. **Коротка характеристика агенції –**
 - 1) ***За формою функціонування:*** традиційна чи мережева.
 - 2) ***За спеціалізацією діяльності:*** загального профілю (універсальні), багатопрофільна, спеціалізована(тематична).
 - 3) ***За розповсюдженням та масштабом діяльності:*** національна, регіональна.
 - 4) ***За характером аудиторії, типом власника, джерелом фінансування, мовами подачі інформації, характером розповсюдження інформації (абонентська плата, передплата, вільний доступ)***
4. Історична довідка
5. Основні інформаційні продукти
 - 1) Основні тематичні напрямки
 - 2) Основні рубрики
 - 3) Основні особливості подачі запропонованої інформації
 - 4) Основні жанри інформаційного продукту
6. Статистичні дані (Приблизна кількість повідомлень за день, місяць, рік)
7. Координати редакції

Модульна контрольна робота № 3

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації підбірки інформаційних та аналітичних жанрів у вітчизняних та світових інформаційних агенціях.

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Prezzi)

Модульна контрольна робота № 4

За результатами семестрової роботи проводиться визначення рівня знань необхідних для роботи у агенційній журналістиці (прізвища відомих особистостей, посади, державні структури, столиці тощо) – 2 год.

Модульна контрольна робота № 5-6

Модульні контрольні роботи проходять у вигляді презентації дайджесту Інформаційних бюлетенів, виконаних протягом семестру кожною, з утворених редакцій (4 год.).

Таблиця 6. 1

VIII КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I. Розвиток технологій новинної журналістики			
Тема 1-2. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства – 4 год.	Опрацювання літератури, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	I
Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	II
Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств – 4 год.	Опрацювання літератури, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	III
Змістовий модуль II. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики			
Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики – 4 год.	Опрацювання літератури, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	IV
Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств – 4 год.	Опрацювання літератури, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	V
Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств – 4 год.	Опрацювання літератури, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	VI

Змістовий модуль III Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку			
Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агенств в Україні – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	VII
Тема 9 Способи вираження позиції інформаційними агенствами – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	VIII
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агенств. Фактчекінг – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	IX
Змістовий модуль IV. Організація роботи редакції новинної агенції			
Тема 11. Організація і структура роботи інформаційних агенств – 6 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	X
Тема 12. Розробка концепції студентського видання – 6 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	XI
Тема 13. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції – 6 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	5 (д/з+опрац. фах. вид.)	XII
Змістовий модуль V Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями			
Тема 14. Організація роботи редакції ІА – 14 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (д/з+опрац. фах. вид.)	XIII-XV
<i>Разом: 68 год.</i>	<i>Разом: 75 балів</i>		

ІХ. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації» оцінюються за модульно–рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов’язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально–методичної карти (п. VI), де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8. 1, 8. 2.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Таблиця 8. 1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	7	7
2.	Відвідування практичних (лабораторних) занять	1	28	28
3.	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)+ опрацювання літератури	5	15	75
4.	Робота на лабораторному занятті (практичному) занятті, в т. ч. доповідь, дискусія, виступ, повідомлення	10	28	280
5.	Модульна контрольна робота	25	6	150
максимальна кількість балів – 540				

Коефіцієнт: $60/540 = 0,11$

Х. ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни «Агенційна журналістика»

Курс	1 курс
Спеціальність	061 «Журналістика»
Освітня програма:	журналістика
Форма проведення	Комбінований іспит (50% від кількості балів студент може отримати, даючи відповідь на тестові запитання з теоретичної частини курсу. Інші 50% балів студент отримує за написання матеріалу інформаційного жанру, характерного для агенційної журналістики. Найвищий бал – 20, студент отримує, якщо в матеріалі чітко простежується структура інформаційного повідомлення: заголовок, лід, сублід, цитата, посилання на джерело, контекст, бекграунд; новину подано достовірно, збалансовано і повно; в матеріалі прослідковується вміння працювати з фактами; витримана стилістика новинної журналістики.)
Тривалість проведення:	1 година
Максимальна кількість балів:	40 балів <i>20 балів- тестова частина іспиту</i> <i>20 балів – практична частина іспиту</i>
Критерії оцінювання	40-38 — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками 37-35 — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок 34-30 — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок 29-25 — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності 24-20 — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь) 19-1 — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання
Перелік допоміжних матеріалів	Кожен студент отримує інформаційний кейс, за яким буде писатися творче завдання
Орієнтовний перелік питань:	<i>Перелік питань та орієнтовне екзаменаційне завдання див. нижче</i>

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки	Національна шкала	Залікова оцінка
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками	ВІДМІННО	ЗАРАХОВАНО
B	82-89 балів	Дуже добре — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок	ДОБРЕ	
C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок		
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності	ЗАДОВІЛЬНО	
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)		
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання	НЕЗАДОВІЛЬНО	НЕ ЗАРАХОВАНО
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни		

Кожний модуль включає бали за поточну роботу Студента на семінарських та (чи) практичних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності

XI. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально–пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні*: аналіз.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально–пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

XII. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології масової комунікації».

ХІІІ. ПРИБЛИЗНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЯКІ ВІНОСЯТЬСЯ НА ЕКЗАМЕН:

1. Дослідники історії становлення та розвитку інформаційних агентств.
2. Трансформація місця і ролі інформаційних агентств в системі засобів масової інформації.
3. Інформаційні агентства, телеграфні агентства, агентства новин.
4. Причини виникнення перших світових інформаційних агентств.
5. Зародження української агенційної журналістики у контексті світової.
6. Інформаційне агентство Шарля Гаваса.
7. Інформаційна діяльність Поля Юліуса Рейтера.
8. Інформаційне агентство Рейтер.
9. Інформаційне агентство Вольфа.
10. Інформаційне агентство «Ассошіейтед Прес»: етапи становлення.
11. Угода між інформаційними агентствами 1870 року: історичне значення.
12. Підстави для створення першого російського офіційного інформаційного агентства.
13. Інформаційні агентства СПТА і ПТА.
14. Особливості інформаційного агентства «Трансоцеан».
15. Причини посилення позицій американських інформаційних агентств порівняно з європейськими.
16. Вплив Другої світової війни на розвиток інформаційних агентств світу.
17. Радінформбюро та АПН.
18. Особливості інформаційного агентства АПН.
19. Попередники інформаційних агентств України.
20. Українське державне телеграфне агентство (УТА) та Українське телеграфічне агентство (УТА).
21. Інформаційне агентство РАТАУ.
22. Укрінформ як наступник РАТАУ.
23. Сучасна вітчизняна та зарубіжна агенційна журналістика.
24. Визначення поняття «інформаційна журналістика».
25. Класифікація інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.
26. Особливості вітчизняного ринку виробництва новин.
27. Основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств.
28. Причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
29. Поняття «інформаційного продукту» агентства. Системи інформаційних продуктів.
30. Неоднозначність статутних завдань Укрінформу.
31. Українське незалежне інформаційне агентство «УНІАН».
32. Інформаційна продукція УНІАН.
33. Транснаціональні інформаційні компанії.

34. Інформаційна група Інтерфакс.
35. Ключові напрямки інформаційної діяльності агентство «Інтерфакс-Україна».
36. Ключові гравці на сучасному інформаційному ринку світу серед інформаційних агентств.
37. Інформаційні продукти «Рейтер»: розширення і диверсифікація.
38. Сучасні інформаційні агентства Сполучених Штатів Америки.
39. Сучасні інформаційні агентства Великобританії.
40. Система інформаційних продуктів ІТАР-ТАРС.
41. Сучасні інформаційні агентства азійських країн у світовому контексті.
42. Інформаційне агентство Китаю.
43. Особливості реєстрації українських інформаційних агентств.
44. Правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
45. Законодавча класифікація інформаційних агентств України.
46. Перше недержавне інформаційне агентство України.
47. Регіональні інформаційні агентства України.
48. Державні інформаційні агентства України.
49. Інформаційні агентства он-лайн.
50. Інформаційне агентство УФС.
51. Архітектура повідомлень інформаційних агентств: вітчизняні і світові надбання.
52. Слаглайн, дейтлайн, хедлайн.
53. Структура повідомлень інформаційних агентств.
54. Лід. Особливості побудови та види.
55. Бекграунд інформаційного повідомлення.
56. Обов'язкові компоненти інформаційного повідомлення.
57. Джерела інформації як обов'язкові компоненти інформаційних повідомлень агентств новин.
58. Види джерел інформації та особливості їх використання.
59. Особливості використання цитат в повідомленнях світових інформаційних агентств.
60. Способи вираження позиції інформаційних агентств.
61. Інформаційні продукти та їх жанри.
62. Факт і розширене повідомлення.
63. Замітка та її види.
64. Виклад думок як жанр у практиці інформаційних агентств.
65. Інформаційний звіт та його використання.
66. Жанр статистичної інформації.
67. Фічер.
68. Інтерв'ю та репортаж у практиці інформаційних агентств.
69. Портрет, види портрета у практиці інформаційних агентств.
70. Фактори, які впливають на розвиток сучасних вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств.

Приблизний екзаменаційний тест

1. Перше світове інформаційне агентство було засноване:

- 1) Шарлем-Луї Гавасом у Парижі
- 2) Шарлем-Луї Гавасом у Марселі
- 3) Шарлем-Мішелем Гавасом у Сорбонні
- 4) Шарлем- Мішелем Гавасом у Тулузі

2. Національне інформаційне агентство Укрінформ стало ініціатором створення організації інформаційних агентств:

- 1) ЕАНА
- 2) ОАНА
- 3) ПАНА
- 4) ПАРНА

3. Найбільшим інформаційним агентством світу є агентство:

- 1) Thomson
- 2) Reuters
- 3) Thomson-Reuters
- 4) Thomson-Bloomberg

4. Жанр портрета у практиці інформаційних агентств має такі різновиди:

- 1) бліц-портрет, портрет-довідка
- 2) шот-портрет, портрет-біографія
- 3) бліц-портрет, портрет-ретроспектива
- 4) портрет-довідка, портрет-інформація

5. У якій власності перебувають провідні агенції Японії та Південної Кореї:

- 1) приватній
- 2) державній
- 3) кооперативній
- 4) акціонерній

Приблизне творче екзаменаційне завдання:

Напишіть флеш, використовуючи подану нижче інформацію:

[01.09.2009 08:59]

З сьогоднішнього дня починає діяти наказ Міністерства освіти і науки Росії, який встановлює перелік словників і довідників. Ці видання містять норми сучасної російської мови. Як відзначає агентство Росбалт, згідно з цими книгами, сказати «вкусное кофе» — відтепер не помилка. Також допускаються наголоси дОговор і йогУрт. По срЕдам і средАм — тепер рівноцінні варіанти, а слово «Інтернет» пропонується писати з великої літери. Лінгвісти пояснюють, що мова — це жива система, яка постійно змінюється. Офіційно встановлені норми зазвичай не встигають за цим розвитком. Але якби всі нові віяння тут же фіксувалися в словниках, то наступне покоління насилу розуміло би попереднє.

XIV. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА

Обов'язкова:

1. Сучасна агенційна журналістика: Довідник для студентів Інституту, факультетів, відділень та кафедр журналістики / Упор. В. Я. Миронченко. – К.: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. – 148 с.
2. Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 160 с. (електронний варіант – <http://evartist.narod.ru/text3/43.htm>)
3. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К.: Україна молода, 2010. — 120 с.
4. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. – Спб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 382 с.

Додаткова:

4. Закон України «Про інформаційні агентства». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.
5. Закон України «Про інформацію». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
6. Закони України «Про підприємництво». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
7. Могилевская Э.В. Информационные агентства в Интернете/ <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1164&level1=main&level2=articles>
8. Могилевская Э.В. Типологические признаки информационных агентств в Интернете.// Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика – Воронеж, 2008. - №1- С.207-213 (електронний варіант - <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1756&level1=main&level2=articles>)
9. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.: Изд-во. «РИП-холдинг», 2003. – 168 с. (електронний варіант – <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>)
10. Погорелый Ю. А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений / Под ред. Г.Ф. Вороненковой. М., 2000. – 36 с. (електронний варіант – <http://www.evartist.narod.ru/text19/018.htm>)
11. Посібник з верифікації [електронний документ] / за ред. Крейга Сільвермана; переклад та адаптація Вячеслав Білоусов. —Режим доступу: http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf
12. Технология новостей: от события к идее // <http://www.newsman.tsu.ru/library/main/NewsTech.pdf>. - 2004.

13. Reuters Handbook of Journalism. – London, 2008. – 535 p.
(http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page)

Інтернет посилання

14. Агентство “Асошіейтед Прес” <http://www.ap.org>
15. Агентство “Інтерфакс” www.interfax-news.com
16. Агентство “Інтерфакс-Україна” www.interfax.com.ua
17. Агентство “Ітар-ТАРС” www.itar-tass.com
18. Агентство “Кіодо Цусін” www.kyodo.co.jp
19. Агентство “РІА-новини” www.rian.ru
20. Агентство “Сінхуа” www.xinhua.org
21. Агентство “Томсон-Ройтерс” <http://www.reuters.com>
22. Агентство “Українські новини” <http://ukranews.com>
23. Агентство “Укрінформ” www.ukrinform.ua
24. Агентство “УНІАН” www.unian.net
25. Агентство “Франс Прес” <http://www.afp.com>
26. Альянс Середземноморських інформаційних агентств www.aman-alliance.org
27. Законодавча база Верховної ради України <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
28. Інформаційний центр Міністерства юстиції України <http://www.informjust.ua/>
29. Міністерство Юстиції України <http://www.minjust.gov.ua/0/11739>
30. Об’єднання європейських інформаційних агентств <http://www.newsalliance.org>
31. Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону www.oannews.org
32. Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА <http://bsanna-news.ukrinform.ua>
33. Телевізійна мережа новин “BBC” <http://news.bbc.co.uk>
34. Телевізійна мережа новин “CNN” <http://www.cnn.com>
35. Телевізійна мережа новин “Аль-Джазіра” <http://english.aljazeera.net>
36. Федерація арабських інформаційних агентств www.fananews.com

**Робоча програма навчальної дисципліни
«Агенційна журналістика»**

Укладачі: *Литвиненко Володимир Вікторович*, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Гридчина Вікторія Віталіївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.